

PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN *DESIGN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi pada konsumen *T-shirt* Bloods Industries Jl.Sultan Agung No.25 Bandung)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada
Konsentrasi Manajemen Pemasaran Studi Manajemen
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung



Disusun Oleh:

FAISAL CHOERUL FAZRI
1148020110

BANDUNG
1439 H/2018 M